

0- 792014

*На правах рукописи*



**Чичкова Инна Вячеславовна**

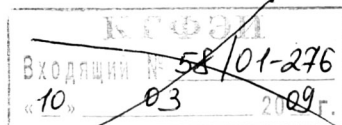
**НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ  
МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ  
КОРПОРАЦИИ ОАО «ТАТНЕФТЬ»**

Специальность: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями и инвестиционной деятельностью)

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Казань – 2009



Диссертация выполнена в ГОУ ВПО «Казанский государственный технологический университет»

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор  
Авилова Вилора Вадимовна

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор  
Николаев Михаил Викторович  
доктор экономических наук, профессор  
Мингалеев Газиз Фуатович

Ведущая организация: Казанский государственный финансово-  
экономический институт

Защита состоится «10» апреля 2009 г в 10 часов 00 мин на заседании объединённого диссертационного совета ДМ 212.080.08 при Казанском государственном технологическом университете по адресу: 420015, г. Казань, ул. К.Маркса, д. 68, в зале заседаний ученого совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГОУ ВПО «Казанский государственный технологический университет»

Автореферат разослан «5» марта 2009 г

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000712026

Ученый секретарь диссертационного совета.  
канд. экон. наук, доцент

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'А.В. Морозов'.

А.В. Морозов

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

### **Актуальность темы исследования**

Инвестиционная деятельность крупных корпораций в российских условиях в настоящее время является важнейшим источником экономического развития в силу специфики данного сегмента бизнеса, что, несомненно, обуславливает интерес к этому резерву экономического роста. Мировой опыт показывает, что для эффективного функционирования экономики ежегодные инвестиции должны составлять не менее 30% от ВВП. Это свидетельствует о значимой роли инвестиций в обеспечении расширенного отраслевого воспроизводства. Следовательно, рассмотрение вопросов инвестиционного обеспечения экономического развития, анализ текущей ситуации в промышленности, выбор и оптимизация направлений вложений средств корпораций в развитие бизнеса являются сегодня особо актуальными.

Рассмотрение направлений инвестирования крупных корпораций с позиций обеспечения сбалансированного регионального и макроэкономического развития, оценка их общественной полезности предполагает необходимость расширения традиционных подходов к исследованию эффективности инвестиционных вливаний на корпоративном уровне. Отметим также, что оптимизацию инвестиций необходимо проводить не только на основе рыночного механизма, но и исходя из научно-обоснованных форматов планирования и прогнозирования на уровне корпораций. Учитывая специфику конкуренции в условиях доминирующей роли транснациональных корпораций в формировании глобальных экономических тенденций, вопросы выбора структуры и объемов инвестиций, в том числе и методической базы данного процесса, требуют своего научного осмысления и развития, особенно при наличии межрегиональных резервов экономического развития.

Повышение эффективности инвестиций в топливной промышленности важно еще и потому, что в сравнении с другими видами экономической деятельности распределение нефтепродуктов очень чувствительно к изменению экономической конъюнктуры, что подтверждено влиянием глобального финансового кризиса последних месяцев. С другой стороны, имеет место мультиплицирующее воздействие инвестиций на эффективность функционирования региональной и макроэкономической системы в целом через воздействие на структуру себестоимости производимой продукции. С учетом существенной региональной специфики, уровня и тенденций развития инфраструктуры рынка нефтепродуктов в России, рыночных детерминантов спроса на топливные ресурсы важным направлением научных исследований становится именно пополнение методической базы формирования инвестиционной стратегии корпораций и ее апробация в прогнозировании и оптимизации экономического развития.

Важность проблемы исследования направлений совершенствования и оптимизации межрегиональной инвестиционной политики с целью повышения эффективности использования инвестиционных ресурсов предприятий, корпораций и других инвесторов, в том числе и на уровне экономических систем определили актуальность выбранной темы диссертационной работы. А теоретическое и прикладное решение выделенных проблем позволит внести весомый вклад в достижение приоритетных направлений социально-экономического развития как отдельных корпораций, так и территориальных ареалов их экономической активности.

### **Степень разработанности проблемы**

Учитывая сложность, многоаспектность и междисциплинарный характер, тематика исследования предполагает широкий научный поиск и анализ научных работ в

области оценки эффективности инвестиций на разных уровнях. В экономической литературе исследованию теоретических основ инвестиционной деятельности посвящены труды Л.Дж. Гитмана, Н.В. Игошина, Дж. Кейнса, П. Самуэльсона и других. Вопросы повышения эффективности инвестиций занимались в разное время И.А.Бланк, Г. Бирман, А.Б. Идрисов, Л.В.Канторович, В.В. Ковалев, В.Леонтьев, В.С. Немчинов, С.Г.Струмилин, М.Р. Сафиуллин. Вопросы инвестирования в научные исследования и разработки подробно рассматривались И.К. Быковым, Л.Л. Вегером, М.К.Насыровым, Б. Э. Науманом, Твиссом и другими авторами. Однако следует отметить, что многие вопросы остаются спорными, поскольку в со временных условиях действие рыночных механизмов трактуется уже как недостаточное.

Весомый вклад в изучение вопросов инвестиционной деятельности внесли В.В.Бочаров, В.В.Высоков, И.В. Гришина, О.А. Доничев, В.А. Дулич, В.П.Караваев, Н.М. Мухетдинова, Я.А. Рекитар, Б.М. Штульберг, исследовавшие общетеоретические, структурные, отраслевые, финансовые, правовые, внешнеэкономические аспекты данной проблемы. Вместе с тем, многие вопросы пока не нашли достаточного отражения в научной литературе либо являются дискуссионными. В частности, не до конца разработанными остаются проблемы выбора приоритетных направлений инвестиционной деятельности на мезоуровне, определения оптимальных инструментов координации и стимулирования этой деятельности, формирования комплексной системы управления инвестиционной деятельностью корпораций на межрегиональном уровне. Требуется своего развития и совершенствования методическая база внутрикорпоративного планирования инвестиционных потоков в условиях их межрегионального характера. Важно научное осмысление особенностей решения отмеченных выше проблем с позиций специфики топливной промышленности и рынков ее продукции.

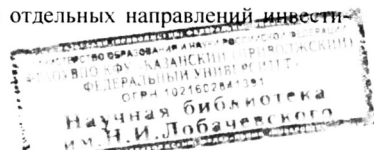
Отмеченные выше и не в полной мере содержащиеся в экономической литературе вопросы оптимизации корпоративных инвестиционных потоков обусловили цели и структуру задач данного диссертационного исследования.

### **Цель и задачи исследования**

Цель диссертационного исследования заключается в том, что на основе теоретического и методологического обобщения научной информации и современного практического опыта инвестирования на рынке нефтепродуктов разработать предложения по оптимизации межрегиональной инвестиционной политики крупных корпораций, обеспечивающие расширение инвестиционных возможностей корпораций по реализации стратегического и оперативного управления инвестициями, в том числе в рамках межрегионального развития розничного бизнеса на топливном рынке и ее апробация для ОАО «Татнефть».

Для достижения поставленной цели в процессе исследования решались следующие задачи:

- исследование теоретических основ инвестиционной деятельности с позиции ресурсного обеспечения программ экономического развития корпораций;
- систематизация теоретических и методологических подходов к интегральной оценке эффективности и оптимизации инвестиционных программ корпораций;
- исследование макро- и мезоэкономических условий функционирования топливной промышленности на предмет выявления приоритетных направлений экономического развития и определения масштабов необходимых инвестиционных ресурсов;
- оценка экономической привлекательности отдельных направлений инвести-





ционной политики в топливной промышленности с учетом влияния факторов регионального экономического развития смежных отраслей на объемы потребления нефтепродуктов и выявления тенденций изменения их весомости;

- выбор оптимальной модели инвестиционной стратегии корпорации в рамках развития розничного бизнеса в сфере реализации нефтепродуктов в условиях России;

- типология рыночных сегментов топливного бизнеса на примере ОАО «Татнефть», развитие которых потребует реализации специфичных инвестиционных программ;

- разработка и реализация инвестиционной политики на мезоуровне с учетом специфики функционирования рынка нефтепродуктов;

- разработка методики оптимизации инвестиций в рамках межрегионального развития розничного бизнеса на топливном рынке и ее апробация для ОАО «Татнефть»;

- разработка модели инвестирования и ее апробация в сети АЗС ОАО «Татнефть».

**Объектом исследования** явился процесс рационального размещения инвестиций в корпоративной экономической системе нефтедобывающего комплекса Республики Татарстан.

**Предметом исследования** послужила инвестиционная сфера и формирующиеся в ней

экономические отношения, связанные с управлением и оптимизацией межрегиональной ин

вестиционной деятельности в экономике России.

#### **Теоретическая и методологическая основа исследования**

Исследование базируется на теоретических и методологических положениях, содержащихся в трудах отечественных и зарубежных ученых, фундаментальных и прикладных работах в области исследования инвестиционной деятельности на микро-, мезоуровне, отражающих специфику деловой активности организаций топливной промышленности.

В рамках генерации новых научных результатов в исследовании использованы общенаучные и специфические методы познания, к которым относятся методология системного подхода, формализация, абстрактно-логический метод, экономико-математические методы регрессионного и факторного анализа, метод экспертных оценок, монографический и др. Для обработки исходной информации использованы пакеты прикладных программ «Statistica», «Statgraphics», «Microsoft Excel».

**Информационной базой** для диссертационного исследования послужили статистические данные Государственного комитета по статистике РФ и РТ, данные Министерства экономики РТ, Центра экономических и социальных исследований при Кабинете Министров РТ, научных журналов и периодической печати, электронных научных изданий, справочников, обзоров и первичных материалов хозяйственной деятельности предприятий топливной промышленности Республики Татарстан, материалы научно-практических конференций, а также данные глобальной информационной сети «ИНТЕРНЕТ».

**Соответствие содержания диссертации избранной специальности.** Работа выполнена в соответствии с п. 4.15 – Развитие методологии анализа, методов оценки, моделирования и прогнозирования инвестиционной деятельности в экономических системах; п. 4.16 – Разработка стратегии и концептуальных положений перспективной инвестиционной политики с учетом накопленного научного и мирового

опыта в целях экономического роста и повышения эффективности экономических систем, п. 4.21 – Критерии и показатели эффективности инвестирования новых проектов и программ Паспорта специальности ВАК 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями и инвестиционной деятельностью).

**Основные положения и результаты, выносимые на защиту:**

– уточненные определения «инвестиции» – с позиций ресурсного подхода и «инвестиционная деятельность» – с позиций проектного понимания данного процесса;

– выделенную совокупность факторов, характер изменения которых определяющим образом воздействует на эффективность инвестиций в развитие розничной сети реализации продуктов нефтепереработки;

– методические разработки в области межрегиональной оптимизации инвестиций в развитие розничной сети АЗС (методика оптимизации структуры инвестиций в отдельные АЗС с позиций сохранения высокой инвестиционной привлекательности и эффективности региональной сети АЗС в целом; методика оптимизации региональных инвестиций в развитие межрегиональной (ареальной) сети АЗС крупной корпорации);

– методику выбора инвестиционной стратегии, отражающую специфику альтернативных сегментов позиционирования в розничной торговле нефтепродуктами;

– методику разработки модели инвестирования в региональную (межрегиональную) сеть АЗС.

**Научная новизна диссертационного исследования**

Новые научные результаты, полученные автором в ходе исследования, состоят в следующем:

– уточнено содержание категории «инвестиции» как средства (ресурсы), используемые хозяйствующими субъектами экономики с целью обеспечения роста валового национального (регионального) продукта и «инвестиционная деятельность» как процесс, действие, направленный на разработку проектов инвестирования и их фактическую реализацию вплоть до получения ожидаемого экономического эффекта от инвестиций;

– определены факторы повышения результативности оптимизации межрегиональной инвестиционной политики экономических систем корпоративного типа по результатам факторного анализа и построения математической модели: инвестиции положительно влияют на рост ВРП, рост доходов населения, рост производства автотранспорта, рост потребностей в перевозках автотранспортом как грузов, так и пассажиров, рост потребностей в топливе;

– сформулированы специфические цели и задачи инвестиционной деятельности ОАО «Татнефть», позволяющие реализовать на практике развитие розничного бизнеса и позиционирование розничной сети ОАО «Татнефть» в конкурентном окружении;

– разработаны бренд-концепция ОАО «Татнефть» и торговое предложение розничного бизнеса с подробным раскрытием основных его составляющих. Выделены и сгруппированы шесть сегментов по ориентации клиентов на цену, качество, лояльности бренду и поведенческим привычкам: «лояльные снобы» и «нелояльные снобы», «фанаты качества», «рационалисты» и «скряги», «шатуны»;

– разработаны предложения по совершенствованию управления структурой розничного бизнеса в топливно-энергетическом комплексе на основе оптимизации

бренд-концепции по географическим ареалам: Евро-Премиум, Ростстандарт-Премиум, Эконом, Советское наследие;

- разработаны принципы принятия инвестиционного решения в области оптимизации структуры региональной сети АЗС на основе оценки целесообразности инвестирования в предлагаемую классификацию форматов АЗС и интегрального прогнозирования эффективности функционирования межрегиональной розничной сети на рынке нефтепродуктов: принцип соответствия АЗС выбранному для конкретного региона стандарту доходности и технологии функционирования. Предложена методика принятия соответствующего решения по целесообразности и масштабам инвестирования в строительство новых, в уже существующие АЗС, и при необходимости об их дезинвестировании;

- обоснован алгоритм выбора модели инвестирования в региональную (межрегиональную) сеть АЗС, основанный на выделении целевых регионов, учете характера резервов увеличения объемов продаж, предложенной линейке стандарта инвестиций в развитие отдельных групп АЗС.

**Личный вклад автора** в получение научных результатов состоит в следующем:

- осуществлена систематизация и обобщение подходов к оценке специфики инвестиционной составляющей региональных программ экономического развития, учитывающие специфику влияния инвестиционных корпоративных программ на социально-экономическую эффективность функционирования мезосистем;

- дана подробная характеристика разнообразных подходов к оценке инвестиционной деятельности рыночных субъектов, что позволило обобщить принципы оценки эффективности инвестиций и сделать рекомендации о целесообразной модели исследования оптимальности межрегиональных инвестиционных проектов;

- проведен многофакторный анализ влияния индикаторов регионального экономического развития на показатели спроса на продукцию нефтепереработки. Полученные математические модели позволяют использовать их для формирования инвестиционных программ из наиболее приоритетных инвестиционных проектов в направлении достижения долгосрочных целей по реализации нефтепродуктов потребителям России, выполнению контрактных обязательств по поставкам нефти на экспорт, что непосредственно связано с топливно-энергетической стратегией России на период до 2020 года;

- определена доля отдельных клиентских сегментов среди посетителей АЗС по ориентации их на цену, качество, лояльности бренду и прочим поведенческим привычкам;

- выделено шесть сегментов клиентских групп: «лояльные», «нелояльные снобы», «фанаты качества», «рационалисты», «скряги», «шатуны» и дана их характеристика;

- сделан продолжительный стратегический прогноз и выданы рекомендации по целесообразной модели инвестирования в межрегиональное развитие сетей АЗС;

- предложены авторские методики оптимизации инвестиционной деятельности в области развития розничного сегмента топливной промышленности, которые адаптированы и апробированы для ОАО «Татнефть»;

**Теоретическая значимость** диссертационного исследования состоит в теоретическом обобщении ряда научных категорий и подходов к оценке эффективности корпоративных инвестиционных программ, отражающих специфику межрегиональ-

ного уровня их реализации, в существенном развитии методической базы оптимизации инвестиционных вложений в развитие розничной сети реализации нефтепродуктов.

**Практическая значимость** полученных в диссертации выводов и результатов состоит в доведении теоретических положений до уровня практических рекомендаций по оптимизации инвестиционной межрегиональной политики корпорации ОАО «Татнефть», к числу которых следует отнести:

- разработан алгоритм оптимизации межрегиональной инвестиционной политики корпораций, учитывающий специфику альтернативных сегментов их позиционирования в розничной торговле нефтепродуктами;
- разработаны предложения по управлению инвестиционной программой розничного бизнеса в топливно–энергетическом комплексе;
- сформулированы специфические цели и задачи инвестиционной политики ОАО «Татнефть», позволившие реализовать на практике развитие розничного бизнеса;
- разработаны принципы стратегического и оперативного управления инвестиционной деятельностью в розничном бизнесе;
- предложены направления эффективного использования инвестиций на примере реализации их в модели АЗС: строительство, приобретение, реструктуризация или деинвестирование.

Выводы и результаты, полученные в диссертации, могут быть использованы другими крупными корпорациями при развитии розничной сети нефтепродуктов как в России, так и за рубежом при освоении новых рынков.

#### **Апробация результатов исследования**

Основные положения диссертационного исследования докладывались автором на международных, всероссийских, республиканских, межвузовских конференциях и семинарах. В том числе результаты обсуждались на 8-ой Международной научно-практической конференции «Финансовые проблемы РФ и пути их решения: теория и практика» (Санкт-Петербург, 2007 г.), на V Всероссийской научно-практической конференции «Факторы устойчивого развития экономики России на современном этапе (федеральный и региональный аспекты)» (Пенза, 2007 г.), на VIII Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых «Энергия молодых экономике России» (Томск, 2007 г.), на Третьей Международной научно-практической конференции «Логистика и экономика ресурсосбережения и энергосбережения в промышленности» (Казань, 2008 г.), на 1 Научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Нугаевские чтения» (Казань, 2008 г.), на итоговых научно-практических конференциях КГТУ.

Результаты исследования используются в практической деятельности ОАО «Чувашифтепродукт», ХК «Татнефтепродукт».

Содержание и результаты диссертационного исследования достаточно полно и своевременно опубликованы, в том числе в рекомендованном ВАК журнале «Вестник Казанского технологического университета».

Всего по теме диссертации опубликовано девять работ общим объемом 3,65 печ. л.

#### **Объем, структура и содержание работы**

Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и приложения, изложена на 184 страницах. Список использованной литературы содержит 157 наименований работ отечественных и зарубежных авторов.

## **Основное содержание и структура диссертационной работы**

Во введении дано обоснование выбора темы, раскрыта ее актуальность, сформулированы цель, задачи, предмет, объект и методологическая основа исследования, охарактеризована значимость полученных научных результатов.

В первой главе «Методология оптимизации инвестиционной деятельности корпораций» рассматривается специфика инвестирования экономического развития на мезоуровне, а также теоретические предпосылки инвестиционного обеспечения в рамках межрегиональных программ экономического развития корпораций и методика оптимизации межрегионального распределения корпоративных инвестиций на основе интегральной оценки эффективности.

Вторая глава «Анализ приоритетности инвестиционных направлений экономического развития топливного комплекса» посвящена анализу привлекательности инвестиций в развитие розничного бизнеса по реализации нефтепродуктов, на основе анализа макроэкономической среды и региональной специфики стратегического развития топливной промышленности. В этой же главе исследованы направления оптимизации инвестиций в развитие межрегиональной сети сбыта нефтепродуктов.

Третья глава «Направления оптимизации межрегиональной инвестиционной политики на примере ОАО «Татнефть» включает оценку инвестиционной привлекательности стратегий создания стоимости в «топливной» цепочке ОАО «Татнефть». В этой же главе на примере развития розничного бизнеса ОАО «Татнефть» предложена оптимизация межрегиональной инвестиционной политики и методика выбора модели инвестирования в сеть АЗС в рамках межрегиональной оптимизации сети розничных продаж нефтепродуктов.

В заключении сформулированы основные выводы по результатам исследования.

### **Положения и результаты диссертационной работы, выносимые на защиту и определяющие ее научную новизну и практическую значимость**

#### **1. Уточнено содержание категорий «инвестиции» и «инвестиционная деятельность»**

Проведенное в работе исследование трактовок инвестиций с позиций необходимости их межрегиональной оптимизации свидетельствует о разнообразии подходов к раскрытию сущности и содержания этой категории авторами, в разные времена исследовавшими проблемы связанные с инвестициями, которые трактуют дефиниции «инвестиции» в зависимости от объектов своего исследования. Противоречия, заложенные в них, приводят к неправильному использованию их на практике. Все это затрудняет разработку четкой корпоративной инвестиционной политики. В этой связи в работе уточнено содержание важнейших терминов, применяемых для характеристики инвестиционной деятельности и дефиниции «инвестиции» в том числе.

Рассмотренное нами разнообразие трактовок позволяет выделить несколько значений термина «инвестиции». Во-первых, под инвестициями понимаются ресурсы, в начале процесса выступающие как финансовые (денежные), которые необходимы для поддержания и/или развития производства и, в конечном счете, для получения новой (дополнительной, добавочной) стоимости, принимающей форму дохода (прибыли). Формулировка «поддержание и/или развитие производства» может включать:

1) поддержание имеющегося основного капитала в работоспособном состоянии, обеспечение простого воспроизводства продукции (работ, услуг) и соответственно финансовых результатов хозяйствования; 2) увеличение имеющегося основного капитала и/или повышение его качества, расширение производства и улучшение на этой основе показателей финансовых результатов деятельности; 3) обеспечение воспроизводства предприятия (простого или расширенного), которое ориентировано на рост либо личных доходов собственников, либо капитала предприятия, либо то и другое одновременно; 4) организацию производства и управления им с преимущественной ориентацией не на прибыль и ее распределение в виде личных доходов, а на формирование и поддержание финансовых потоков, рациональных с точки зрения долгосрочных интересов предприятия; 5) принятие сужающегося варианта воспроизводства предприятия на период перехода к новой продукции (работ, услуг) или к новому ее качеству.

Во-вторых, термином «инвестиции» обозначаются сами реальные активы предприятия, или организации, которые требуются для ведения производства (расширения производства, улучшения качества продукции, обеспечения большей безопасности производства и т.п.) и продажи товаров с ранее обозначенной конечной коммерческой целью.

Представленные толкования инвестиций не противоречат, а дополняют друг друга:

ресурсы, выступающие в первом случае только как денежные, во втором случае, означая продолжение кругооборота и оборота капитала, «расписываются» уже по направлениям их использования.

Таким образом, несмотря на столь разные подходы к толкованию термина «инвестиции», можно выделить два подхода к трактовке «инвестиций» по смысловому значению термина: в широком смысле: *инвестиции*, как расходование средств на приобретение новых активов и потребительских товаров длительного пользования; в узком смысле: *инвестиции*, как расходование средств на создание и воспроизводство основных фондов с целью увеличения производства товаров и услуг в различных отраслях экономики.

В нашем исследовании мы рассматриваем *инвестиции* как средства (ресурсы), используемые хозяйствующими субъектами экономики с целью обеспечения роста валового национального (регионального) продукта, что обусловлено актуальностью учета при анализе мультипликативной эффективности использования инвестиций на результаты функционирования мезоэкономических систем.

В свою очередь реализация цели и задач исследования требует уточнения категории «инвестиционная деятельность» с позиций процессного подхода, отражающего в лучшей степени процесс устойчивого экономического развития, в том числе для рынка продуктов нефтепереработки. Проанализировав определения «инвестиционной деятельности», присутствующие в научной экономической литературе, полагаем, что представляется целесообразным рассматривать понятие «инвестиционная деятельность» как процесс практического управляющего действия, направленного на разработку инвестиционных проектов и их фактическую реализацию вплоть до получения ожидаемого экономического эффекта от инвестиций.

**2. При оценке эффективности инвестиционных проектов и программ на корпоративном уровне предложено использовать методологию многоуровневого подхода, позволяющую выявить вклад проекта (программы) в решение мезоэкономических проблем**

Анализируемые инвестиционные программы крупных корпораций в топливной промышленности относятся, как показывает анализ, к мезоуровню, поскольку результаты их реализации и масштабы влияния на экономические процессы в регионах выходят за рамки отдельных предприятий. В связи с этим в теоретических разделах исследования нами осуществлены систематизация и обобщение подходов к оценке специфики инвестиционной составляющей региональных программ экономического развития, учитывающие специфику многоуровневого влияния инвестиционных корпоративных программ на социально-экономическую эффективность функционирования мезосистем.

В частности, в диссертационном исследовании рассмотрена специфика разработки региональной инвестиционной политики, методические основы оценки межотраслевого воздействия корпоративных инвестиционных программ на мезоэкономические процессы, обобщены базовые принципы инвестирования. Только такой подход к оценке эффективности инвестиций позволит объективно установить приоритетные направления вложений, оптимизировать структурные преобразования, обеспечить экономическое развитие отдельных производств, предприятий, корпораций, отраслей, регионов и, в конечном счете, экономики в целом. При этом оценка эффективности инвестиционной деятельности на мезоуровне тесным образом связана с учетом инвестиционной привлекательности объектов вложений, в частности, отраслей и регионов (ареалов). Важным этапом многоуровневой оценки инвестиционной привлекательности является проведение ее в отраслевом разрезе в пределах исследуемого региона. Под инвестиционной привлекательностью отрасли, следует понимать ее интегральную характеристику, позволяющую с помощью системы показателей описать взаимосвязь между экономическими интересами отрасли и региона. Она дает возможность оценить перспективность развития отрасли, эффективность инвестиций и уровень инвестиционных рисков. Изучение инвестиционной привлекательности отрасли включает следующие этапы: установление системы показателей, оценку инвестиционной привлекательности на основе анализа их динамики; выбор приоритетов для инвестирования и на их основе проведение реструктуризации инвестиционных программ и стратегий экономического развития корпораций. Исследование инвестиционной привлекательности отраслей региона должно вестись, по мнению автора, на двух уровнях: на макро- и на микроуровне. Оба уровня предполагают анализ эффективности работы отраслей (предприятия), в ходе которой проводится выбор наиболее перспективных для региона отраслей (макро-уровень) и бюджетообразующих предприятий в отрасли (микро-уровень), с целью предпочтительного вложения инвестиционных ресурсов.

Таким образом, эффективность использования инвестиционных ресурсов может быть определена на всех уровнях управления (федеральном, региональном, отраслевом, предприятия и производства конкретного изделия). Интегральная оценка инвестиционной деятельности должна носить сквозной характер и не зависеть от уровня управления. Автор отмечает, что эффективность инвестиций зависит от инвестиционного климата, в том числе и от инвестиционной привлекательности направлений инвестирования, оценка которых, должна осуществляться по единой системе, например многоуровневой системе оценки по укрупненным показателям: экономическому положению, финансовому самообеспечению, социальному рейтингу, конкурентоспособности среды и т.п. Таким образом, многоуровневая оценка инвестиционной привлекательности необходима не только с целью поиска и привлечения дополнительных источников инвестирования, но и для определения тех отраслей и пред-

приятый, которые способны обеспечить более высокие по сравнению со среднеотраслевыми (промышленными) темпами экономического роста, как региона, так и России в целом.

### 3. Развита методическая база межрегиональной оптимизации корпоративной инвестиционной программы развития розничной сети АЗС.

Межрегиональная оптимизация инвестиционной программы развития розничной сети АЗС представляется этапным процессом, блок-схема которого показана на рис. 1



Рис. 1. Блок-схема процесса оптимизации корпоративной инвестиционной программы развития розничной сети АЗС

**3.1. Разработана методика принятия инвестиционных решений в области оптимизации структуры региональной сети АЗС на основе формата оценки целесообразности дезинвестирования для сохранения региональных стандартов эффективности функционирования сети АЗС и предлагаемой классификации форматов АЗС.**

Отметим, что инвестиции в сохранение и развитие розничного топливного бизнеса актуальны, учитывая проведенный прогнозный анализ перспектив увеличения доходности ОАО «Татнефть» в результате осуществления инвестиционных проектов, связанных с покупкой, арендой или строительством автозаправочных станций. Необходимым условием для организации розничного бизнеса является также строительство нефтеперерабатывающих заводов, поэтому стратегия инвестиционной политики ОАО «Татнефть» должна строиться в направлении строительства мини-НПЗ и АЗС, то есть расширения сети розничного бизнеса.

Под оптимизацией структуры региональной сети АЗС в данном диссертационном исследовании понимается оценка соответствия отдельной АЗС выбранному для конкретного региона стандарту доходности и технологии функционирования. В работе предложена методика принятия соответствующего решения по целесообразности и масштабам инвестирования в уже существующие АЗС, и при необходимости об их дезинвестировании.

Стандартизованный подход к строительству АЗС должен обеспечить реализацию следующих целей: унификацию внешнего вида АЗС; минимизацию затрат на



строительство; сокращение сроков строительства; информированность для клиентов. Для минимизации затрат необходимо оптимально позиционировать ОАО «Татнефть» путем формирования «пакета» заказов на проектирование. Принятие решения о покупке АЗС также представляет собой процесс, состоящий из ряда этапов: от обоснования необходимости покупки до окончательного решения о покупке на основании предварительной оценки дополнительных затрат, расчете окупаемости затрат, оценке соответствия АЗС техническим, экологическим и др. стандартам.

Наряду с вложениями в приобретение или строительство АЗС, одним из направлений оптимизации розничной сети являются инвестиции в существующие АЗС. В процессе эксплуатации и по мере изнашивания АЗС неизбежными становятся капитальные вложения. Инвестиции могут быть обусловлены как поломкой оборудования на станции так и не соответствием внешнего вида или помещений АЗС корпоративным стандартам ОАО «Татнефть». Вместе с тем, целесообразным представляется установить ограничения по максимальной сметной стоимости инвестиционных проектов модернизации уже существующих заправок.

Оптимизация розничной сети подразумевает обеспечение функционирования всех АЗС лучше минимально допустимого уровня, установленного руководством компании. Результаты деятельности региональной розничной сети ОАО «Татнефть» не должны искусственно занижаться низкими показателями деятельности неэффективных заправок. Малопосещаемые из-за плохого расположения, нерентабельные из них могут оказывать негативное воздействие на восприятие бренда ОАО «Татнефть» покупателями. АЗС, которые по своим показателям операционной деятельности не соответствуют минимальным корпоративным требованиям ОАО «Татнефть» и модернизация которых экономически не обоснована, подлежат дезинвестированию, путем продажи, демонтажа, сдачи в аренду без использования бренда ОАО «Татнефть» либо консервации и пр. В ходе выполнения диссертационного исследования разработана оценочная форма для АЗС предполагаемых к деинвестированию, а также контрольный перечень критериев для деинвестирования и перечень требований при передаче АЗС, подробно описанные в работе и апробированные в практике функционирования ОАО «Татнефть». Отметим, что данная форма актуальна как для принятия решения о дезинвестировании, так и при оценке целесообразности строительства новой или покупки уже функционирующей АЗС.

Разработка форматов заправок и критериев их реализации при создании новой станции или реформатировании уже существующей является важнейшей составляющей розничного бизнеса, поскольку позволяет:

- целенаправленно адаптировать топливное и нетопливное предложение АЗС ОАО

- «Татнефть» к потребностям клиентов, что находит отражение в увеличении объемов и прибылей рознично-сбытовой сети;

- стандартизировать объекты рознично-сбытовой сети, что позволит сэкономить средства на проектирование и за счет эффекта масштаба;

- более точно и обоснованно устанавливать цели по реализации нефтепродуктов на АЗС, что позитивным образом сказывается на эффективности планирования и управления розничной сетью;

- применять для каждой из выбранных для ОАО «Татнефть» бренд-концепций («Премиум» и «Эконом») единый формат АЗС, что повысит их узнаваемость при усилении адресности предложения.

Переход к системе форматов повысит эффективность деятельности розничной сети.

С целью практической реализации концепции стандартных форматов для АЗС были выделены 3 основных критерия их отнесения к тому или иному формату:

- 1) месторасположение;
- 2) потенциальный спрос;
- 3) структура спроса на нефтепродукты.

Для форматирования рознично-сбытовой сети ОАО «Татнефть» было выделено четыре ключевых типа расположения АЗС, каждому из которых соответствует один из форматов:

- 1) расположенные на въездах, выездах магистральных крупных городов (с численностью населения от 800 тыс.) → «челночный формат»;
- 2) на сквозных магистральных/дорогах средних (до 800 тыс. жителей) и небольших городов, крупных сельских поселений, а также промышленных зон городов (в том числе миллионщиков) → «смешанный» формат;
- 3) в жилых спальных районах крупных городов с численностью населения свыше 800-1000 тыс. жителей → «спальный» формат;
- 4) расположенные на трассах районного, областного, всероссийского и международного значения → «транзитный» формат.

На этапе планирования объемов инвестиций главными критериями для определения форматов являются месторасположение АЗС и ожидаемые объемы реализации. Дальнейшее адаптирование и уточнение формата для удовлетворения потребностей целевой клиентской группы происходит в процессе эксплуатации АЗС.

В диссертационном исследовании предложены этапы последовательной оптимизации инвестиционных решений в сфере развития розничной сети АЗС.

На первом этапе происходит классификация АЗС по месторасположению: в городе, на трассе, на основной улице или в спальном районе и т.д., и присваивается один из четырех форматов.

На втором этапе происходит оценка потенциальных объемов реализации для строящихся АЗС; для существующих АЗС дополнительно анализируется структура пролива.

На третьем этапе для АЗС, которым в шаге 1 был присвоен «смешанный» или «транзитный» формат, определяется подформат - обычный или расширенный. Для этого сопоставляются ожидаемые объемы пролива с целевыми в рамках данных форматов. Определение подформата важно потому, что от него в дальнейшем будет зависеть решение о предоставлении клиенту сопутствующих услуг (и степень разнообразия ассортимента этих услуг).

Заключительным этапом данного процесса выступает сопоставление ожидаемых объемов реализации для данной АЗС с целевыми для выбранного формата или подформата. Расположение является ключевым, но не единственным фактором, влияющим на потенциальный размер пролива определенной АЗС. Наличие конкуренции, удобство заезда, видимость АЗС с дороги и т.д. могут существенно снизить величину максимально возможного пролива в рассматриваемом месте. Естественно, различные дороги, трассы также сильно отличаются по объему грузопотока. Как следствие, объемы реализации АЗС могут значительно отличаться от целевых параметров, определенных для этих форматов.

Отметим, что эффективность инвестиций в развитие розничной сети нефтепродуктов

следует оценивать и по признаку наличия или отсутствия в результате реализации проекта уникального торгового предложения (УТП). УТП является основной чертой, характеристикой или свойством (или их комбинацией), присущей только данному товару или услуге и выгодно отличающей его от конкурентов и привлекательной для потребителей. Торговое предложение в розничном бизнесе нефтепродуктов (в сфере эксплуатации АЗС) гораздо шире, нежели простая реализация бензинов и дизельного топлива ДТ. Сегодня, с учетом реалий современной конкурентной борьбы, данный бизнес рассматривает АЗС не только как «хранилище топлива», но и как место для удовлетворения потребностей, которые могут возникнуть у человека, находящегося в пути/за рулем. Поэтому понятие торгового предложения в бизнесе АЗС сегодня включает и сопутствующий бизнес, и качество обслуживания клиента, и степень учета его потребностей. Уникальность торгового предложения достигается за счет превосходства конкурентов по этим пунктам.

УТП розничной сети ОАО «Татнефть» будет определяться внедрением в практику ее функционирования следующих нововведений и реализацией следующих мероприятий (см. рис. 2):



Рис. 2. Основные составляющие УТП розничной сети ОАО «Татнефть»

Основу для процесса разработки брэнд-концепции ОАО «Татнефть» составили два принципиально важных вида анализа:

- анализ структуры региональных рынков (клиентских групп);
- анализ восприятия брэнда компании ОАО «Татнефть» в различных географических регионах.

Данный вид анализа позволяет определить доли отдельных клиентских сегментов среди посетителей АЗС с точки зрения их ориентации на цену, качество, лояльность одному брэнду и прочие поведенческие привычки. Было выделено 6 основных сегментов клиентов:

1 и 2 – «лояльные снобы» и «нелояльные снобы», ориентирующиеся на сервис и отличающиеся лишь степенью лояльности одному брэнду;

3 – «фанаты качества», ориентирующиеся на качество и мало чувствительные

к цене;

4 и 5 – «рационалисты» и «скряги», ориентирующиеся на цену и отличающиеся степенью внимания к качеству топлива;

6 – «шатуны» - нет четких покупательских предпочтений, посещают АЗС по мере необходимости, больше всего ценят время.

**3.2. Сформирована методика оценки привлекательности инвестиций в развитие региональных сетей АЗС и интегрального прогнозирования эффективности функционирования межрегиональной розничной сети на рынке нефтепродуктов.**

Охарактеризовав методику оценки целесообразности инвестирования в разрезе форматов отдельных АЗС, обратимся к определению методических принципов оценки привлекательности инвестиций в развитие региональных сетей АЗС в целом и формированию конкретной региональной структуры сети в разрезе возможных альтернатив наращивания объемов реализации нефтепродуктов, которые в перспективе развития ООО «Татнефть» будет неуклонно возрастать. Это связано, во-первых, с тем, что ОАО «Татнефть» планирует увеличить объемы нефтепереработки за счет строительства нового НПЗ (мини-НПЗ). Во-вторых, большая доля выработки идет в розничный канал. И, наконец, в-третьих, стратегия развития розничной сети ОАО «Татнефть» до 2010 г подразумевает увеличение объемов пролива нефтепродуктов через розницу с 900 тыс.т. до 2,3 млн.т. к 2010 году, что соответствует среднегодовому темпу роста в 18%. Увеличение сбыта может происходить как за счет инвестиций в расширение сбытовой сети, так и за счет вложений в усовершенствование имеющихся АЗС, а именно:

- расширение: строительство новых и покупка уже существующих АЗС в целевых регионах ОАО «Татнефть»; а также заключение франчайзинговых соглашений с перспективой последующего выкупа франчайзинговых партнеров;

- модернизация: инвестиции, направленные на улучшение внешнего вида АЗС и приведение в соответствие торгового предложения АЗС ОАО «Татнефть» потребностям целевой группы клиентов.

Одним из основных направлений увеличения объемов реализации розничной сети ОАО «Татнефть» к 2010 г. является экстенсивный рост сети, или ее расширение за счет строительства новых или покупки уже существующих АЗС в целевых регионах. Расширение сети произойдет в первую очередь через покупку существующих АЗС: к 2010 г. сеть расширится до 686 АЗС. План расширения сбытовой сети в перспективе до 2010 гг. представлен на рис. 3.

Основным результатом внедрения разработанной стратегии оптимизации инвестиций в розничную сеть ОАО «Татнефть» до 2010 г. должно стать значительное увеличение объемов пролива через розничный канал при соблюдении критериев по прибыльности и окупаемости. В качестве методической основы распределения инвестиций в развитие отдельных продуктовых потоков через сеть АЗС предлагается использовать анализ нетбэков (показателей условной прибыли, рассчитываемой на тонну нефти/продукта, получаемой как разница между ценой реализации и всех сопутствующих расходов, которые несет компания при поставке тонны сырой нефти от места добычи конечному потребителю, включая затраты на переработку). Оптимальное распределение потоков нефтепродуктов между отдельными региональными каналами дистрибуции основывается на сопоставлении нетбэков от реализации каждой из альтернатив: как показал проведенный анализ, прибыльность розничного канала и нефтепереработки в целом будет возрастать по сравнению с экспортом или оптовой по-

ставкой сырой нефти. Анализ целесообразности инвестиций в развитие того или иного продуктового направления показал, что нетбэки от реализации нефтепродуктов значительно отличаются от канала к каналу.

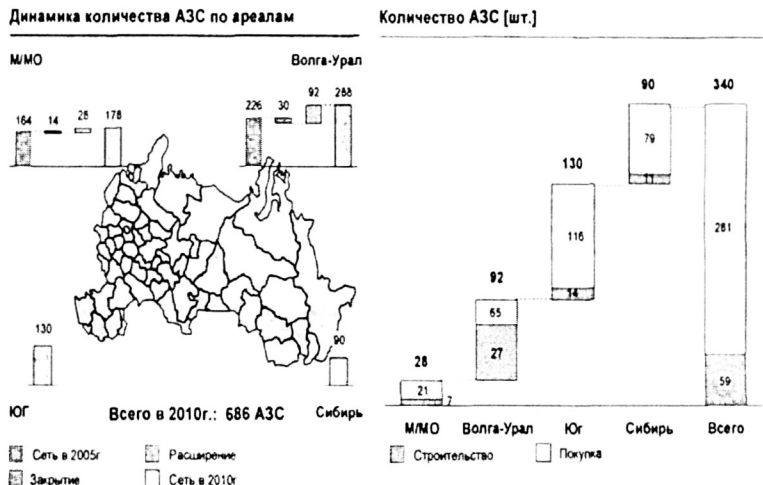


Рис. 3. План расширения сбытовой сети АЗС до 2010 гг.

Предлагаемая методика расчета включает следующие этапы ее реализации:

- 1) расчет целесообразности строительства АЗС;
- 2) унификация внешнего вида АЗС;
- 3) минимизация сроков строительства;
- 4) сокращение сроков строительства;
- 5) информированность клиентов;
- 6) оптимизация пакета услуг в зависимости от клиентской группы.

Сделанные в работе рекомендации могут быть использованы при выборе региональной структуры сетей АЗС, что позволит оптимизировать инвестиции между альтернативами развития розничного бизнеса.

**3.3 Создана методика выбора структурной модели инвестирования в региональную (межрегиональную) сеть АЗС, основанная на выборе целевых регионов, учете характера резервов увеличения объемов продаж, предложенной линейке стандарта инвестиций в развитие отдельных групп АЗС.**

Завершающая стадия оптимизации межрегиональной инвестиционной политики в рамках развития розничных сетей АЗС предполагает разработку методических принципов анализа, основанного на оценке инвестиционной привлекательности отдельных субъектов федерации. Их использование в практике управления позволит обеспечить региональное направление этого развития – выбор целевых рынков (фокус на ограниченном числе географических регионов) для достижения существенной конкурентной позиции на них (которое мы предлагаем определять по доле рынка). В свою очередь методические разработки дают возможность сформировать региональную концепцию развития розничной сети ОАО «Татнефть».

В основу отбора регионов для расширения розничной сети положен последова-

тельный многоступенчатый анализ, этапы которого представлены на рис. 4.

Первый этап включает ранжирование регионов по объемам прироста розничных продаж бензина и по величине розничной маржи, а также отсеивание политически нестабильных регионов.

На втором этапе производится отсев регионов с монопольным положением отдельных ВИНКов и политически недоступных регионов.

На третьем этапе целевые регионы формируются в компактные географические ареалы (2-3) и существующая сеть ОАО «Татнефть» сохраняется с учетом ее экономической целесообразности.

На четвертом этапе определяется экономически целесообразная форма снабжения, путем анализа рынка и определения структуры спроса по продуктам.

Пятый этап включает развитие в целевых регионах партнерства с сильными региональными игроками.

Анализ регионов осуществляется не только по критерию экономической привлекательности (прирост потребления / маржа), который является необходимым, но не достаточным для отбора потенциальных регионов с целью расширения розничной сети, но и на основе учета факторов, определяющих практическую возможность выхода на данные рынки: *фактор конкуренции* (доля ВИНКов в снабжении региона и возможности стратегического партнерства); *политический фактор* (административные препятствия для выхода на рынок региона); *географический фактор* (географическая близость потенциально привлекательных регионов друг к другу); *фактор снабжения* (наличие инфраструктуры и технических возможностей для экономически оправданных поставок нефтепродуктов в данный регион).



Рис. 4. Этапы отбора целевых регионов

Предлагаемая методика отбора регионов по привлекательности представлена на рис. 5.

Экономическая привлекательность регионов, таким образом, является необходимым условием для проведения дальнейшего анализа и включает в себя следующие основные показатели (виды анализа):

- размер рынка в абсолютном выражении и темпы его роста в последние несколько лет и/или в прогнозируемом будущем;
- средний уровень маржи (прибыльности) в розничном бизнесе: разница между средними уровнями оптовых и розничных цен в регионе.

Затем анализируемые регионы группируются в кластеры:

- 1 – Рынки с низкой маржой, но высоким уровнем прироста объемов;

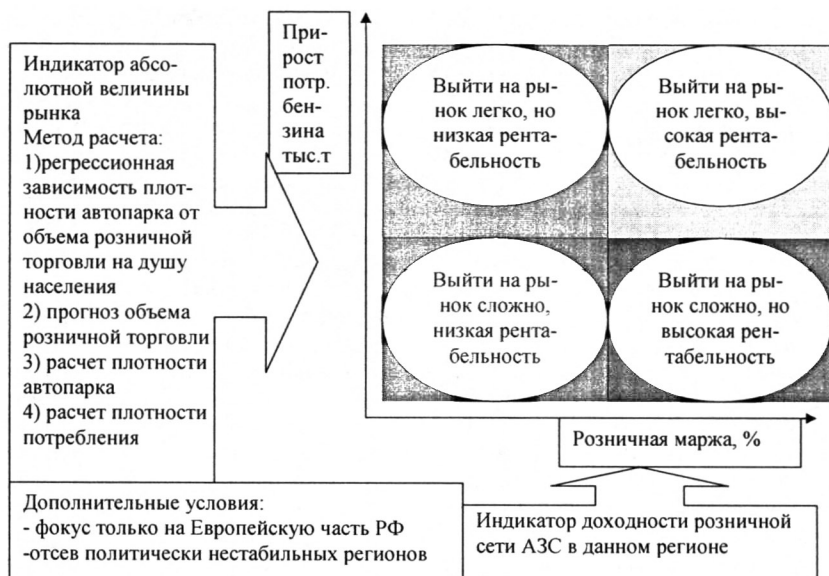


Рис. 5. Методология отбора регионов по привлекательности

- 2 – Рынки с высокой маржой и высоким уровнем прироста объемов;
- 3 – Рынки с низкой маржой и невысоким уровнем прироста объемов;
- 4 – Рынки с высокой маржой, но невысоким уровнем прироста объемов.

Объектом дальнейшего анализа «на достаточность» выступают регионы из кластеров 1 и 2 («экономически привлекательные регионы»), поскольку они подразумевают значительное/умеренное увеличение объемов рынка в абсолютном выражении, что дает шансы компаниям, потенциально рассматривающих возможность выхода на данный рынок, для завоевания существенной доли рынка, которая рассматривается как критерий эффективности инвестиционной программы. Оптимизация инвестиционной стратегии ОАО «Татнефть» предусматривает вложения в развитие розничного бизнеса в четырех ареалах: Волга-Урал, Сибирь, Юг и Москва (Московская область).

#### 4. Предложена методика выбора инвестиционной стратегии, отражающая специфику альтернативных сегментов позиционирования в розничной торговле нефтепродуктами

Особой формой инвестиций в условиях усиления конкурентной борьбы, в том числе на рынке нефтепродуктов при, казалось бы, стандартности производимого продукта, становится вложение средств в развитие бренда, который накладывает отпечаток на инвестиции в развитие и оптимизацию межрегиональной сети АЗС в целом. Причем учет бренд-концепции важен на всех этапах разработанной нами методики оптимизации, что видно на рис.1. В связи с этим актуальны наши предложения, сформулированные в виде методики выбора инвестиционной стратегии, отражающей специфику альтернативных сегментов позиционирования в розничной торговле нефтепродуктами.

В работе представлено позиционирование бренда компании ОАО «Татнефть» среди основных конкурентов на российском рынке розничной реализации нефтепро-

дуктов, а также определены основные цели по объемам сбыта топлива в разрезе целевых регионов. Позиционирование розничной сети АЗС на рынке основано на уже обозначенной категории уникального торгового предложения сети. Цель позиционирования заключается в достижении наибольшего соответствия ожиданиям (запросам) определенной группы потребителей. Если сеть АЗС успешно справилась с этой задачей, то покупатели из этой целевой группы отдадут предпочтение АЗС именно этой сети. Следовательно, компания сможет увеличить число своих клиентов и/или усилить лояльность существующих клиентов и/или повысить готовность клиента платить более высокие цены за обслуживание на данных АЗС.

В России предлагается выделить 4 потенциальных сегмента позиционирования продуктами в розничной торговле горюче-смазочными материалами ГСМ: Евро-Премиум; Росстандарт-Премиум; «Псевдо-Эконом»; «Советское наследство».

Если проанализировать актуальное позиционирование российских ВИНКов по предложенной классификации, то складывается следующая ситуация (рис.6). Четкое позиционирование наблюдается только у компании ВР в сегменте Евро-Премиум. Все остальные компании занимают несколько сегментов: частично из-за сильно разнородной розничной сети, из-за отсутствия продуманной брэнд-концепции или из-за ее на данный момент незавершенного воплощения. Размытость брэнд-концепций означает, что разные ВИНКи конкурируют за одних и тех же покупателей, а не стараются сфокусироваться на одну определенную целевую группу.

Если рассматривать будущее развитие рынка, то можно заключить, что все компании, за исключением ТНК и ОАО «Татнефть» (рис. 7). Сибнефть и Роснефть займут, скорее всего, позиции в сегменте «Эконом», тогда как «Юкос» и «Лукойл» полностью сместятся в сегмент «Росстандарт-премиум». Налицо нацеленность ВИНКов на Премиум либо Эконом в среднесрочной перспективе.

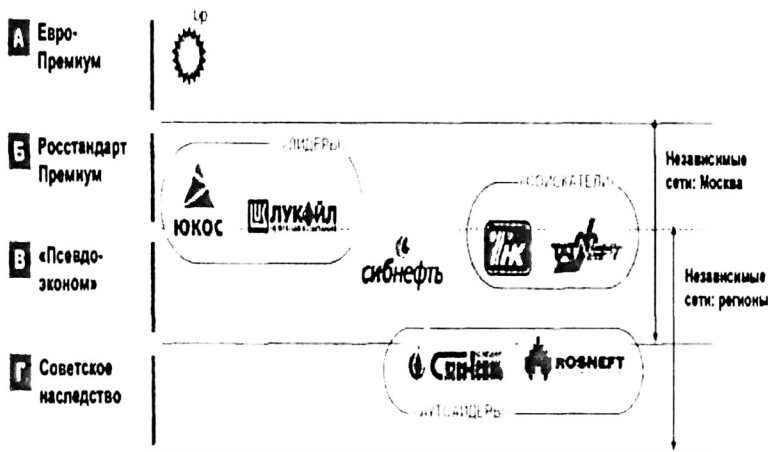


Рис. 6. Брэнд-концепции АЗС в РФ и положение ведущих компаний

Среднесрочная стратегия по позиционированию розничной сети ОАО «Татнефть» предполагает максимально использовать потенциал отдельных региональных рынков.



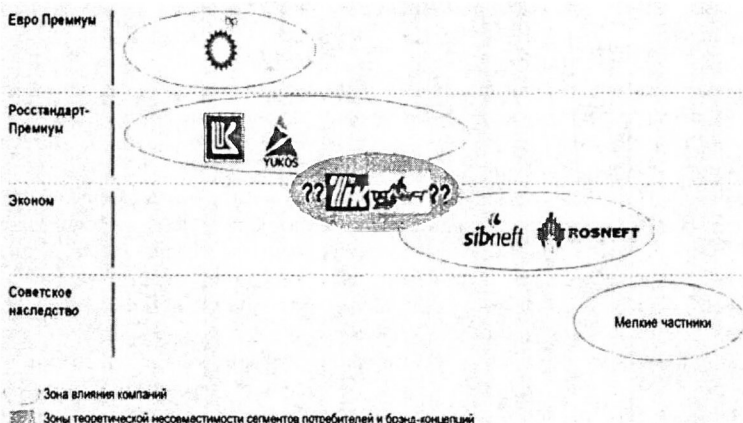


Рис. 7. Возможное позиционирование ВИНКов в 2010 г.

принимая во внимание стадию развития рынка и имидж компании, имеющуюся структуру клиентов ОАО «Татнефть» на данном рынке.

Поэтому на более развитом рынке Москвы и Московской области предполагается позиционировать АЗС ОАО «Татнефть» в сегменте «Эконом». На других же региональных рынках планируется позиционирование в сегменте «Росстандарт-Премиум». Целевое позиционирование ОАО «Татнефть» в двух сегментах позволит компании реализовать наибольшую прибыль на данных рынках, достигая оптимального сочетания объемов реализации, цены и необходимых инвестиций.

Подводя **итог** проделанной работы, отметим, что в диссертационном исследовании удалось наметить ограничения традиционных подходов к оценке эффективности инвестиционных проектов на базе уточнения ряда научных категорий, совершенствования методической базы в направлении учета мезоэкономического характера тенденций на рынке нефтепродуктов, что сопровождалось апробацией предлагаемых решений в деятельности одного из крупнейших и прогрессивно развивающихся субъектов топливной промышленности России.

**ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ диссертационного ИССЛЕДОВАНИЯ ОПУБЛИКОВАНЫ В СЛЕДУЮЩИХ РАБОТАХ:**

**Статьи, опубликованные в изданиях, рекомендованных ВАК России**

1. Чичкова И.В. Оптимизация инвестиционной деятельности ОАО «Татнефть» / И.В. Чичкова // Вестник Казанского технологического университета. – 2007. – № 5. – С. 152–161. – 0,6 п.л.
2. Чичкова И.В. Анализ инвестиционной привлекательности инновационных проектов ОАО «Татнефть» / И. В. Чичкова // Экономический вестник Республики Татарстан. – 2009. – № 1. – С. 24-28. – 0,4 п.л.

**Статьи в профессиональных журналах и научных сборниках:**

3. Чичкова И.В. Стратегия ОАО «Татнефть» в розничном бизнесе / И.В. Чичко-

ва // Сб. статей участников V Всероссийской научно-практической конференции «Факторы устойчивого развития экономики России на современном этапе (федеральный и региональный аспекты). – Пенза: Приволжский Дом знаний, 2007. – С. 75–77. – 0,2 п.л.

4. Чичкова И.В. Формирование стратегии брэнд - маркетинга ОАО «Татнефть» / И.В. Чичкова // Реструктуризация экономики предприятий нефтегазохимического комплекса Республики Татарстан: Сб. науч. работ. – Нижнекамск: Нижнекамская городская типография, 2007. – С. 55–58. – 0,25 п.л.

5. Чичкова И.В. Логистика и планирование закупок в розничном бизнесе ОАО «Татнефть» / И.В. Чичкова, Г.Р.Стрекалова, В.В.Авилова // Сб. науч. трудов по материалам Третьей Международной научно-практической конференции «Логистика и экономика ресурсосбережения и энергосбережения в промышленности» Казань: Изд-во Казан. гос. технол. ун-та, 2008. – С. 106–118. – 0,8 п.л. (вклад автора 0,6 п.л.).

#### **Доклады на научных конференциях и другие научные публикации**

6. Чичкова И.В. Маркетинговый анализ розничного рынка ОАО «Татнефть» / И.В. Чичкова, В.В.Авилова // Энергия молодых – экономике России. Труды VIII Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых. – Томск: Изд-во ТПУ, 2006. – С. 373–376. – 0,25 п.л. (вклад автора 0,2 п.л.).

7. Чичкова И.В. Оптимизация инвестиционной деятельности ОАО «Татнефть» / И.В. Чичкова // Сборник статей участников 8-й Международной научной-практической конференции. Ч. 2. – СПб: Изд-во Политехнического Ун-та, 2007. – С. 102–104. – 0,2 п.л.

8. Чичкова И.В. Роль позиционирования для организации розничного бизнеса нефтепродуктами / И.В. Чичкова // I Научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых учёных «Нугаевские чтения»: сборник материалов. – Казань: КГТУ, ВШЭ, 2008 – С. 246–252. – 0,5 п.л.

Заказ №362

Тираж 100 экз.

---

Офсетная лаборатория КГТУ  
420015, г.Казань, ул. К.Маркса, д.68



